

信用大数据金融服务平台上线 河南：“信用+融资”为民企解难

据新华社电（记者王烁）近日，河南省信用大数据金融服务平台——“信豫融”平台正式上线运行。该平台依托先进技术，为金融机构提供高质量的数据服务，致力于破解民营和小微企业因缺信用和缺信息而导致的融资难问题。

据了解，“信豫融”平台将利用河南省信用信息平台汇集的市场监管、税务、不动产、社保、公积金、法院等部门31亿条社会信用数据，融合互联网数据和金融数据等多维数据源，依托先进的大数据、云计算、人工智能等技术，采用省市一体化的建设模式，为银行等金融机构提供高质量的数据服务，从而降低金融机构信贷风险，提高贷款效率，破解民营和小微企业因缺信用和缺信息而导致的融资难问题。

截至目前，已有13家金融机构、7家信用服务机构加入“信豫融”应用服务合作联盟，致力于为民营和小微企业提供便利优惠的融资服务。

据了解，随着民营和中小微企业信用融资覆盖范围不断扩大，河南省计划到2020年信用融资突破2000亿元，实现民营和中小微企业融资倍增目标。

促进旅游经济发展

吉林发布涉旅企业奖补细则

本报讯（记者柳姗姗）为引导和扶持旅游市场经营主体做大做强，推动旅游产业成为全省新的经济增长点，吉林省文化和旅游厅日前印发《吉林省扶持涉旅企业发展奖补细则（试行）》，对符合条件的旅行社、乡村旅游经营企业、冰雪景区等予以重奖。

按照《奖补细则》规定，对省内旅行社自主外联入境旅游者，在省内停留1夜以上且全年累计接待量达到5000人次的，奖励2万元；在此基础上，每增加5000人次，再奖励2万元。对省内旅行社自主外联省外旅游者，在省内停留1夜以上且全年累计接待量达10000人次的，奖励2万元；在此基础上，每增加10000人次，再奖励2万元。

对组织边境旅游全年累计2000人次以上，全省排名在前十的省内旅行社，前3名各奖励10万元，其余名次各奖励5万元。对被评定为国家5A级和4A级的省内旅行社，给予一次性奖励，分别最高不超过50万元、30万元。对进入全国“百强”或全国旅行社集团“十强”的省内旅行社，给予最高不超过100万元的一次性奖励。

乡村旅游发展潜力巨大，《奖补细则》规定，吉林将对重点支持发展的集中连片乡村旅游点、高等级乡村旅游经营主体，给予最高不超过100万元的一次性奖励。对新评定为国家金宿级、银宿级的旅游民宿，给予一次性奖励，分别最高不超过10万元、3.5万元。

冰雪旅游已成为吉林经济发展的新引擎，为进一步打造冰雪旅游强省，吉林将对冰雪景区、滑雪场及直通车运营商予以相应补助。

一冶高质量调结构扩展新空间

本报讯（记者邹明强 通讯员李晓静）中国一冶承建的武汉青堤堤防江滩综合整治园林景观工程（青山段）项目，经过近4年建设，日前荣获2018-2019年度第一批中国建设工程鲁班奖，这是中国一冶调整产业结构后，继武汉黄浦大街—金桥大道项目在非冶金领域再获中国建设工程最高奖项。

1954年，为修建武钢，国家从全国抽调力量组建武汉钢铁建设公司——它就是一冶的前身。在2008年前，其90%的业务集中在冶金行业。2009年，努力在非冶金领域寻找生存、发展空间的一冶，拿下了武汉二环线汉口段及金桥大道建设工程，走出了转型发展的第一步。此后，他们紧紧抓水环境治理的市场机遇，承担起武青堤“蝶变”之旅的重任——承建武青堤（铁机路—武丰闸）堤防江滩综合整治园林景观工程（青山段）。

曾经作为冶金工程建设主力军的中国一冶，原本就具有污水处理、工业废渣再利用等技术储备，在叠加了路政工程施工经验后，将打造“黑臭水体治理+园林景观”式生态环保工程，作为转型发展的主攻方向。

2015年4月，武汉市被国家确定为首批“海绵城市”建设试点工程，中国一冶主动承担“海绵城市”改造工程建设任务，将“渗、滞、蓄、净、用、排”的理念贯穿武青堤园林景观工程建设全流程。同时，以此为契机，成立中冶海绵城市技术研究院，专门针对海绵城市建设过程中涉及的新型材料、施工工艺等开展科研攻关，与高等院校、制品生产企业、设备供应商开展产学研深度合作，进行工业废渣高炉重矿渣制备透水路面砖路面板的产业化生产。一冶承担了武汉市青山区社区、市政道路、城市管渠等共计43项海绵改造任务。在施工过程中，一冶共计实现专利技术28项，并参与编写了国家海绵城市技术施工质量标准。

2014年以来，一冶承建的环保生态项目走出湖北，在河南、广西、福建、云南、吉林、广东、宁夏、江苏、江西等省市开花结果。2018年，中国一冶集团完成新签合同额600亿元。其中，280亿元来自水生态治理、海绵工程、地下管廊、园林景观等生态环保项目。如今，生态环保项目已占据其主业的近半壁江山，实现了高质量调结构的良好开局。

师徒三代“检车状元”夜巡

本报讯（记者刘静 通讯员梁俊生）山西晋中地区的夜晚气候异常寒冷，持续的西北风如锋利的刀片割刮着人的肌肤生疼。“今晚天气寒冷，大家要加强互控，检车不能掉链子。”前不久，在榆次运用车间榆次四作业场一班的班前会上，领班工长张志岗说。“明白！”徒弟梁羽和徒弟的徒弟吴振标回答坚定。

检车员张志岗今年37岁，2015年被授予“火车头”奖章，其徒弟28岁的梁羽，在2017年中国铁路总公司铁路货车运用职业技能竞赛中夺得第一名，荣获“火车头”奖章。24岁的吴振标则是梁羽的徒弟，在2018年的同一技能竞赛中荣获项目第二名，被授予“全年青岗岗位能手”称号。

榆次运用车间地处南同蒲线、石太线、太中银线等多条线路交汇的咽喉地带，平均每20分钟发一列货车。当天晚上师徒三人上线路后，分工检查货车可能存在行车安全隐患的部位，总是要多看几遍，对于发现的故障，确保处理得万无一失才放行。早上7点，室外温度零下16摄氏度。此时，师徒三人已带领全班鏖战了近13个小时。“大家一定要坚持，把这最后一列车检查好，千万不能麻痹大意！”张志岗用对讲机向在线上作业的工友们叮嘱着。就在这个异常寒冷的夜班，师徒三人与工友一起检查作业11列货物列车，计583辆，发现处理轮对、钩缓等故障23件，且无晚点发出列车。

行业纵横

在互联网+的渗透以及各项政策红利下，土特产的潜能逐渐显现

土特产：天生丽质还需要“打扮”

工建设5个疆内仓储收购加工交易集配中心项目，建成22万平方米经营服务设施，新增和巩固疆外销售网点2000余家，3个疆外分选仓储配送中心投入运营，全疆特色农产品收购销售“两张网”初具规模。

阿里巴巴集团线上农产品交易数据显示，以县域为单位，福建省安溪县排名第一，江苏省沭阳县以微弱差距位居第二。福建省独占十强中的三席，犖的都是茶叶。其中，“中国茶都”安溪，盛产安溪铁观音；武夷山盛产武夷岩茶和武夷红茶；福鼎盛产福鼎白茶。位于苏北宿迁市的沭阳县，依托52万亩特色花木产业，沭阳全县拥有4万余家网店，带动从业人员25万人。平均每秒就有5.58件快递从该县发往世界各地。

本报记者 吴铎思

“新疆干果特别有名，不仅品质好，而且价格实惠。春节回老家带了不少给亲戚朋友。”在乌鲁木齐工作的湖南籍职工罗锦森告诉《工人日报》记者。

据记者了解，在今年春节期间，牛羊肉、酸奶、干果、水果等新疆特产是内地需求的热点。特别是春运首日，以优质土特产为代表的新疆年货通过航班运出的货邮量超过400吨，比去年同期增长25%。

我国幅员辽阔、地大物博，各具特色的历史传统、民俗习惯、区域地貌等因素造就了具有浓郁区域色彩的特产，在互联网+的渗透以及各项政策红利下，土特产的潜能逐渐显现。一些企业抓住商机，成为闻名行业的特产企业。但有许多特产企业，没有利用这光鲜的“特产”外壳，更好抓住市场之机。

<p>天生丽质却不会打扮</p> <p>“新疆农副产品众多，但是缺品牌”“一定要提升农副产品的附加值”“提升知名度和美誉度就要讲究包装，还要提升精深加工水平”……在日前召开的新疆两会上，土特产如何做成增收大产业，成为代表们关注的热点。</p> <p>自治区人大代表李刚，是新疆吉木萨尔县委书记。不久前，他去农村调研时发现，当地农民手工制作土豆粉条一如既往销售火爆，但包装也一如既往粗陋。用简陋袋子装着，每公斤卖15元，农民们就已经很满足了。“可在商场超市，同样的产品经过精心包装，能卖到3倍以上的价格。”李刚感慨地说。同样让李刚感慨的还有吉木萨尔大蒜，农民的一瓣子蒜也就卖10多元钱，可到了商场超市，身价陡升。</p> <p>在李刚看来，这源自于土特产天生丽质却不会打扮。</p> <p>业内人士指出，区域特产目前多是中小企业和手工作坊，有几家甚至数十家的企业提供同样的产品，行业混乱，市场分散，特产企业往往习惯了延续传统的经营模式，却从不考虑特产营销的特殊性和复杂性。</p> <p>“面对市场价值和容量更大、更高的外部市场，谁不想走出去竞争，可土特产怎么走出去呢？”一些从事特产行业的企业家有这样的抱怨。“由于地域的特点，走不远，就算走出去人们也不认识，不认可。”</p> <p>据了解，目前我国特产行业的发展现状存在较</p>	<p>土特产受追捧</p> <p>“这几天物流开始正常了，积压的订单也逐渐发出去。”乌鲁木齐一家干货销售公司的工作人员不停地忙碌着，“不仅有核桃、红枣、巴达木、葡萄干、风干肉等，还有鲜羊肉。开店一年多以来，销售规模从以前的每天一两单，逐渐发展成每天二三十单，最好的时候有上百单左右，销售区域主要集中在北京、上海、广州等城市，回购率也很高，都比较认可我们的产品。”</p> <p>各地的土特产越来越受到消费者的追捧。近日，在江苏省扬州市举行的2019扬州援疆爱心农产品展销会暨新源旅游推介会上，几十吨新疆特色农产品3天时间就被抢购一空。</p> <p>“感受到不同的风味，从土特产中也能体味到各地的历史传统、民俗风情等。”经常在网上购买土特产的福州市民张明林告诉记者。</p> <p>随着人们对生活品质需求的提高，淳朴的农村生活、家乡味道的土特产诉求越来越高。天然绿色的农产品，也越来越受欢迎。六安瓜片、盘州火腿、武汉鸭脖、山西汾酒、吉林人参……随着商品经济全球化大循环的加剧，具有个性特色的商品逐渐体现出明显的优势。</p> <p>新疆果业集团是新疆特色林果业发展的龙头企业。去年以来，企业开始建设新疆特色农产品疆内收购网和疆外销售网，目前已在阿克苏、和田等地开</p>
---	--



“自清洁”迭代升级，海尔揭秘健康空调打造之道

本报讯 3月1日，海尔健康空调升级发布暨全球品质节在北京启动。活动现场，海尔空调发布了健康空调升级成果：智慧自清洁、净化自清洁、新风自清洁等三大健康技术创新升级，解决了空调干净、空气洁净、空气新鲜等空气健康问题，实现从自清洁空调到健康空调，再到健康空气的升级。

为了让国内更多的消费者用上高品质的自清洁空调，满足更多消费者对健康呼吸的需求，海尔空调现场宣布，自2019年3月1日起对自清洁6大核心专利进行书面免费许可，业内企业联系海尔签订免费许可协议即可使用，通过这一方式，推动我国健康空调的快速普及。

在现场，海尔空调相关负责人介绍了健康空调升级的三个阶段。智慧自清洁实现主动清洗，空调干净；净化自清洁空调实现了“空净合一”，全屋净化只需一刻钟，实现室内空气洁净；新风自清洁空调针对空调房内空气不流通，创新出风“外循环”，

本报记者 蒋 蕊

“纳溪全区的6966个贫困户、19930多人现已全部脱贫。”在2月21日举行的媒体见面会上，四川省泸州市纳溪区区长谭荣兵介绍，纳溪以茶产业助推脱贫攻坚，2018年茶产业综合产值实现55亿元，促进茶农人均增收3500余元。

作为整个乌蒙山连片扶贫开发的重点县区之一，近年来纳溪将茶产业扶贫作为扶贫攻坚主战场，以“国家农村产业融合发展示范区”建设为契机，重点发展竹、茶、酒、醋、水果、蔬菜、米7个特色产业，目前全区已建成80万亩的竹林基地，有30万亩的茶叶基地和20余万亩的高粱、水果、蔬菜基地。

“我们按照‘龙头企业+专业合作社+农户’的发展模式，积极引进上规模、有实力、前景好的龙头企业10余家，支持龙头企业连片发展茶叶基地30万亩，带动20万茶农增收致富。”谭荣兵说。

在扶贫路上，大力发展茶叶产业的作用不容小觑。

行业纵横

在互联网+的渗透以及各项政策红利下，土特产的潜能逐渐显现

土特产：天生丽质还需要“打扮”

工建设5个疆内仓储收购加工交易集配中心项目，建成22万平方米经营服务设施，新增和巩固疆外销售网点2000余家，3个疆外分选仓储配送中心投入运营，全疆特色农产品收购销售“两张网”初具规模。

阿里巴巴集团线上农产品交易数据显示，以县域为单位，福建省安溪县排名第一，江苏省沭阳县以微弱差距位居第二。福建省独占十强中的三席，犖的都是茶叶。其中，“中国茶都”安溪，盛产安溪铁观音；武夷山盛产武夷岩茶和武夷红茶；福鼎盛产福鼎白茶。位于苏北宿迁市的沭阳县，依托52万亩特色花木产业，沭阳全县拥有4万余家网店，带动从业人员25万人。平均每秒就有5.58件快递从该县发往世界各地。

据了解，“信豫融”平台将利用河南省信用信息平台汇集的市场监管、税务、不动产、社保、公积金、法院等部门31亿条社会信用数据，融合互联网数据和金融数据等多维数据源，依托先进的大数据、云计算、人工智能等技术，采用省市一体化的建设模式，为银行等金融机构提供高质量的数据服务，从而降低金融机构信贷风险，提高贷款效率，破解民营和小微企业因缺信用和缺信息而导致的融资难问题。

截至目前，已有13家金融机构、7家信用服务机构加入“信豫融”应用服务合作联盟，致力于为民营和小微企业提供便利优惠的融资服务。

据了解，随着民营和中小微企业信用融资覆盖范围不断扩大，河南省计划到2020年信用融资突破2000亿元，实现民营和中小微企业融资倍增目标。

<p>天生丽质却不会打扮</p> <p>“新疆农副产品众多，但是缺品牌”“一定要提升农副产品的附加值”“提升知名度和美誉度就要讲究包装，还要提升精深加工水平”……在日前召开的新疆两会上，土特产如何做成增收大产业，成为代表们关注的热点。</p> <p>自治区人大代表李刚，是新疆吉木萨尔县委书记。不久前，他去农村调研时发现，当地农民手工制作土豆粉条一如既往销售火爆，但包装也一如既往粗陋。用简陋袋子装着，每公斤卖15元，农民们就已经很满足了。“可在商场超市，同样的产品经过精心包装，能卖到3倍以上的价格。”李刚感慨地说。同样让李刚感慨的还有吉木萨尔大蒜，农民的一瓣子蒜也就卖10多元钱，可到了商场超市，身价陡升。</p> <p>在李刚看来，这源自于土特产天生丽质却不会打扮。</p> <p>业内人士指出，区域特产目前多是中小企业和手工作坊，有几家甚至数十家的企业提供同样的产品，行业混乱，市场分散，特产企业往往习惯了延续传统的经营模式，却从不考虑特产营销的特殊性和复杂性。</p> <p>“面对市场价值和容量更大、更高的外部市场，谁不想走出去竞争，可土特产怎么走出去呢？”一些从事特产行业的企业家有这样的抱怨。“由于地域的特点，走不远，就算走出去人们也不认识，不认可。”</p> <p>据了解，目前我国特产行业的发展现状存在较</p>	<p>土特产受追捧</p> <p>“这几天物流开始正常了，积压的订单也逐渐发出去。”乌鲁木齐一家干货销售公司的工作人员不停地忙碌着，“不仅有核桃、红枣、巴达木、葡萄干、风干肉等，还有鲜羊肉。开店一年多以来，销售规模从以前的每天一两单，逐渐发展成每天二三十单，最好的时候有上百单左右，销售区域主要集中在北京、上海、广州等城市，回购率也很高，都比较认可我们的产品。”</p> <p>各地的土特产越来越受到消费者的追捧。近日，在江苏省扬州市举行的2019扬州援疆爱心农产品展销会暨新源旅游推介会上，几十吨新疆特色农产品3天时间就被抢购一空。</p> <p>“感受到不同的风味，从土特产中也能体味到各地的历史传统、民俗风情等。”经常在网上购买土特产的福州市民张明林告诉记者。</p> <p>随着人们对生活品质需求的提高，淳朴的农村生活、家乡味道的土特产诉求越来越高。天然绿色的农产品，也越来越受欢迎。六安瓜片、盘州火腿、武汉鸭脖、山西汾酒、吉林人参……随着商品经济全球化大循环的加剧，具有个性特色的商品逐渐体现出明显的优势。</p> <p>新疆果业集团是新疆特色林果业发展的龙头企业。去年以来，企业开始建设新疆特色农产品疆内收购网和疆外销售网，目前已在阿克苏、和田等地开</p>
---	--



“自清洁”迭代升级，海尔揭秘健康空调打造之道

本报讯 3月1日，海尔健康空调升级发布暨全球品质节在北京启动。活动现场，海尔空调发布了健康空调升级成果：智慧自清洁、净化自清洁、新风自清洁等三大健康技术创新升级，解决了空调干净、空气洁净、空气新鲜等空气健康问题，实现从自清洁空调到健康空调，再到健康空气的升级。

为了让国内更多的消费者用上高品质的自清洁空调，满足更多消费者对健康呼吸的需求，海尔空调现场宣布，自2019年3月1日起对自清洁6大核心专利进行书面免费许可，业内企业联系海尔签订免费许可协议即可使用，通过这一方式，推动我国健康空调的快速普及。

在现场，海尔空调相关负责人介绍了健康空调升级的三个阶段。智慧自清洁实现主动清洗，空调干净；净化自清洁空调实现了“空净合一”，全屋净化只需一刻钟，实现室内空气洁净；新风自清洁空调针对空调房内空气不流通，创新出风“外循环”，

本报记者 蒋 蕊

“纳溪全区的6966个贫困户、19930多人现已全部脱贫。”在2月21日举行的媒体见面会上，四川省泸州市纳溪区区长谭荣兵介绍，纳溪以茶产业助推脱贫攻坚，2018年茶产业综合产值实现55亿元，促进茶农人均增收3500余元。

作为整个乌蒙山连片扶贫开发的重点县区之一，近年来纳溪将茶产业扶贫作为扶贫攻坚主战场，以“国家农村产业融合发展示范区”建设为契机，重点发展竹、茶、酒、醋、水果、蔬菜、米7个特色产业，目前全区已建成80万亩的竹林基地，有30万亩的茶叶基地和20余万亩的高粱、水果、蔬菜基地。

“我们按照‘龙头企业+专业合作社+农户’的发展模式，积极引进上规模、有实力、前景好的龙头企业10余家，支持龙头企业连片发展茶叶基地30万亩，带动20万茶农增收致富。”谭荣兵说。

在扶贫路上，大力发展茶叶产业的作用不容小觑。



2018年8月11日，在山西太原清徐县，网红主播通过直播的方式体验山西制醋文化。随着“网红直播经济”的兴起，越来越多的传统产业尝试利用网红直播效应，探索土特产品在市场销售上的新模式。 东方IC 供图

大差距，具有地域特色优势资源开发的产品还没有真正规模化进入市场。缺乏品牌、资源散乱、信息封闭、产品流通不畅等问题制约着特产行业发展。由于地域偏远市场辐射短，大部分特色产品面对较高的市场门槛望而却步，导致产业成长缓慢。

“即兴消费”转变为“持续消费”

有业内人士指出，特产的地域特点很强，从北京烤鸭到德州扒鸡再到山西的陈醋、重庆火锅、金华火腿、涪陵榨菜……这些具有产地特点的产品在一定程度上成为地方的名片，可也正是因为身上贴着地方的标签，所以资源专享度就很低。

特产营销的“短板”在于如何将特产消费与各个地方消费者的日常消费深度结合，塑造个性鲜明的企业品牌，从而将特产的“即兴消费”顺利转变为“持续消费”，否则各个地方的消费者仅仅从“尝尝鲜”的角度去消费，特产就很难做大。

据了解，目前我国特产行业的发展现状存在较

<p>铝基产业助力资源枯竭城市转型发展</p> <p>3月2日，安徽省淮北市濉溪县经济开发区铝材料企业正在忙着生产。</p> <p>安徽省淮北市濉溪经济开发区着力打造和培育铝基高端金属材料产业基地，拥有涉铝企业50余家，其中规模以上企业36家，高新技术企业10家。形成以铝型材、铝板带箔、再生铝、汽摩配为主的产业链，年产值超过百亿元。以铝基新材料等产业逐步接替煤炭产业，成为煤炭枯竭城市经济转型的新支点。</p> <p>李鑫摄/中新社</p>	<p>让冰箱“皮薄馅大” 美菱发力中高端市场</p> <p>本报讯（记者丁军杰）伴随着品质消费升级趋势的明显加快，家电市场高端化转型成为各大企业的竞争新热点。2月28日，美菱推出了M鲜生全面薄系列冰箱产品。该系列在升级分子激活保鲜技术的基础上，实现机身薄、箱体薄和门体薄三位一体，较常规冰箱容积率增加20%、少占地38%，1cm的距离(两侧)可以轻松正常使用。美菱称，其在高端市场通过不断的产品、技术和服务创新，形成竞争新优势。</p> <p>据介绍，人们对于储藏的需求在不断增加，所以对冰箱的容积提出了更高的要求。但是，传统冰箱笨重、占地面积大，如何有效提升家庭空间使用率成为消费升级一大痛点。为了让冰箱的空间能够得到更有效的利用，美菱研发推出冰箱薄壁技术。经权威机构实测，全面薄冰箱保温效果提高了10倍，使得冰箱壁厚从80mm减薄到45mm，厚度减薄了44%，机身从806mm减薄到718mm，减薄了11%。门体厚度从81-75mm减薄到45mm，减薄了40%以上，有效拓展了冰箱内部的使用空间，使整机性能全面提升。</p> <p>美菱技术人员比喻，冰箱就好像是一个包子，现在的冰箱是皮厚馅小，虽然看着个头挺大，但里面能装的东西却并不多，而美菱通过技术创新做出一款“皮薄馅大”的冰箱。</p> <p>为了带来极致的产品体验，美菱将传统冰箱的两侧散热优化调整为底部散热，这样，可以让家庭空间使用更加合理，冰箱周围更易清洁打扫，并且不用再担心烫伤和耗能等问题，从此拥有更美好的家居体验。</p> <p>据介绍，近年来，美菱在智能、变频、无霜、深冷等多个领域不断取得突破性成果，涌现出了M鲜生系列冰箱、CHIQ系列智能冰箱、0.1度变频冰箱、-192℃世界最冷冰箱等多款行业潮流的产品，受到消费者的好评。</p> <p>美菱有关负责人表示，品质消费升级时代，中国冰箱产业正扭向品质、价值挖掘的新时代。本次美菱发布的M鲜生全面薄系列定位为高端，通过产品工艺、品质、性能的全面升级，打造自身品牌高点。“美菱正在加速品质、品位、品牌的‘三品提升’行动落地，为高端消费市场注入新的活力。”</p>
--	---

“造空气”的转型，真正满足了用户健康呼吸的新时代需求。

国际调研机构欧睿国际（Euromonitor）在现场颁发认证：按2018年度销售台数计，海尔是位列全球第一的健康自清洁空调企业，其所占的市场份额为40.7%。当天，海尔空调牵头制定的《自清洁房间空调器》标准正式发布，让自清洁空调有据可依。

中国家用电器研究院院长刘挺表示，海尔自清洁空调在去年销量突破2000万台之后，通过“全面淘汰非自清洁空调”等举措，在实现自身产品健康化迭代的同时，带动了整个空调行业朝健康方向发展。

当天，海尔空调正式启动“全球品质节”，推出全系自清洁空调，开启线上线下同步体验。期间，海尔空调还推出净界自清洁空调100天免费换新机和新风自清洁空调0元安装服务，升级全流程用户体验。

（东升）

做好小茶叶大文章，探索茶叶产业扶贫新模式

茶香四溢脱贫路

资金、人才优势与不发达地区的资源优势相结合进行精准扶贫。他们还与各贫困户签订帮扶协议，收购他们的产品并授人以渔，举办多期茶叶种植加工技术培训班，使茶叶产量明显提高。

在贵州，茶园面积已达700万亩，居全国首位。2017年贵州茶叶产量31.8万吨，产值约342亿元。近10年来，贵州已有57.7万茶农因蓬勃发展的茶产业而脱贫。

值得关注的是，世界茶叶种植面积和茶叶产量连续10年保持增势，产大于销问题依旧突出，而中国是世界茶叶产量增长的主要来源地。如何拉长产业链、提升附加值？

茶旅融合是一条路径。据了解，泸州纳溪区以国家全域旅游示范区创建为抓手，加快推进纳溪特早茶产业基地旅游化，增加一批茶文旅田园综合体，支持贫困户利用自家闲置房屋、林地等资产资源，就近发展农家乐、民宿等服务业，实现以服务业带活茶资源。

此外，在精深加工和销售领域发力的重要性也不容忽视。去年12月，湖南古丈县携手苏宁易购旗下“苏宁小店”精准扶贫合作仪式在长沙举行。双方将借助苏宁小店的庞大零售网络，拓展时尚型茶饮料的销售渠道，为茶叶产业扶贫探索新模式。

做好小茶叶这篇大文章，不仅可以脱贫，还有望致富。